



## Prva sezona YouTube Akademije privukla ukupno više od 400 000 pogleda

Vip YouTube Akademija projekt je koji nastoji mlade buduće YouTubere educirati o svemu onome što žele znati, a nemaju koga pitati. Nakon uspješne prve sezone koja je skupila gotovo 400 tisuća pregleda, u tijeku je druga koja u nešto više detalja pojašnjava specifičnosti najveće svjetske video platforme.



Sjećam se kako sam prije podosta godina sate i sate provodio gledajući YouTube videe o gamingu i razmišljao kako bi bilo super kada bi se zapravo i kod nas moglo živjeti od toga. Znete ono, snimate YouTube videe koje želite i od toga nekad kapne i neka kuna ili dolar. **Super život, zar ne?**

Domaća (i regionalna) YouTube scena se u međuvremenu prilično razvila, a sve više brendova koristi YouTube i suradnju s influencerima kako bi i jedni i drugi imali od toga koristi. Jedan od njih je svakako Vipnet, koji je prošle godine stvorio **Vip YouTube Akademiju**, projekt koji mlade uči kako se postaje YouTuber.

O YouTube akademiji razgovarao sam s **Milom Perović** iz Vipneta, iza koje stoje godine agencijskog rada i **SOMO Borac nagrada za CM-a godine 2013.**, a o Vip YouTube Akademiji govorila je i na našem Ladies of New Business Influencer događaju ovog proljeća kada je YouTube Akademija osvojila nagradu Mixx u kategoriji social na ovogodišnjim **Danima komunikacije**. Na projektu je Vipnet radio zajedno s agencijama Degordian, Bruketa&Žinić & Grey, OMD, te uz partnerstvo s platformom JoomBoos.



#### [Marketingitd](#)

O YouTube Akademiji sam naslov govori mnogo, ali kako biste znali točno o čemu se radi, Mila pojašnjava kako Akademija rješava upravo one probleme s kojima se mladi potencijalni YouTuberi susreću, poput pristupa publici ili **produciranja dobrog sadržaja**. Jedno je gledati YouTube, ali znati kako se stvaraju videi nešto je potpuno drukčije.

Mila kaže i kako su u **prvoj sezoni koja je sadržavala 10 epizoda**, pokrili praktične savjete poput montaže ili snimanja zvuka, pa do nešto apstraktnijih savjeta o odabiru teme ili borbi protiv treme, “zaokružili” priču YouTubea kako bi svatko tko prati Akademiju mogao snimiti svoj prvi video. Akademija je prikupila gotovo **400 tisuća pregleda posjetitelja koji su skupa pogledali nešto više od milijun minuta**. Dosta dobro!

## Zašto baš YouTube?

Relativno logično je producirati YouTube sadržaje s influencerima, ali zašto učiti ljude o nekoj platformi ako ste brend? Mila kaže kako su se na stvaranje sadržaja za mlade odlučili iz **nekoliko razloga**:

Ova ciljna skupina tzv. mobile nativesa nam je strateški bitna kao kompaniji, a pritom i iznimno zahtjevna. Teško im je privući pažnju i angažirati ih, osobito iz pozicije telekoma. Tu smo puno istraživali, puno razmišljali i puno testirali. Na kraju smo se odlučili privući ih konceptom koji im je relevantan, licima koja su im, neka manje neka više, poznata, na platformi na kojoj borave svakodnevno te kroz sadržaj koji će prepoznati kao originalan i autentičan.

Naravno, Vipnet se ovdje planira predstaviti kao brand s kojime se mladi mogu poistovjetiti i odmaknuti se od onog “standardnog” influencer pristupa koji nas danas **zatrpava sa svih strana**.

Prva sezona YouTube Akademije završena je krajem prošle godine, a reakcije su, kaže Mila, bile vrlo dobre. Akademija je pomogla **rastu broja pretplatnika Vipnetovog YouTube kanala od čak 50 posto**, što samo pokazuje koliko dobar sadržaj može pomoći u gradnji branda na nekoj od platformi. Nadalje, najuspješnije epizode Akademije bile su one u kojima se pojavljuju poznata YouTube lica, poput Davora Gerbusa i Jana Kovačića, ali je ugodno iznenađenje bio serijal o montaži Filipa Dizdara, dulji od 30 minuta, koji je također vrlo dobro prihvaćen.

Za Vipnet sada slijedi takozvani “drugi album”, odnosno druga sezona. Poznato je kako drugi albumi u glazbi nekada jednostavno ne opravdaju očekivanja, poput Room on Fire od Strokesa ili Second Coming Stone Rosesa. Druga sezona



YouTube Akademije će ipak nastaviti u vrlo dobrom smjeru, bez “kiksanja”. Barem ako je suditi **po dosadašnjim reakcijama**.

Mila kaže kako će u drugoj sezoni Akademija ulaziti u temu nešto dublje, dati više praktičnih i konkretnih savjeta i **posvetiti se nekim specifičnim temama**, poput ekstremnih sportova ili gaming videa. Akademija se, također, širi izvan YouTubea:

Širimo se i na neka druga povezana područja života YouTube zvijezde i učimo gledatelje kako promovirati svoj kanal na ostalim društvenim mrežama poput Facebooka, kako graditi svoju osobni brand na Snapchatu i Instagramu, te kako koristiti dostupnu YouTube analitiku.

## Dokaz velikog interesa za YouTube

O uspjehu prve sezone dovoljno govore brojke i analitike o kojima bismo mogli satima govoriti, ali mnogo važnija od samih brojeva je činjenica da se druga sezona “zakotrljala” mnogo **bolje nego prva**:

Mislim da o uspjehu prve sezone još više govore dosadašnji rezultati druge sezone. Uz smanjen ulog u medijsko oglašavanje projekta, dosežemo dvostruko bolje rezultate nego lani po pitanju primjerice broja pregleda. No i komentari na epizode su poprilično znakoviti. Gledatelji komentiraju sadržaj videa, postavljaju pitanja presenterima, pitaju kada će nove epizode, tko će sve sudjelovati u njima i kako se mogu uključiti, itd.

Interakcija je prinjetna ispod svakog videa, a vidi se i kako je vrlo velik broj domaće mlade publike željan pravilnih savjeta o tome kako se koristi taj magični YouTube. Vjerujem kako će se savjeti nakon prve dvije sezone Akademije sigurno odraziti i na rast nekih novih YouTube zvijezda koje su, umjesto knjiga – učili iz Vipnetovih videa.

Naravno, u Vipnetu nisu mogli samo “zagrabiti” influencere i baciti ih na videe neka se snađu, a osobe koje su davale savjete u videima birane su po svom **iskustvu, utjecaju i uklapanju u strategiju brenda**. Jasno, bilo je važno i da osobe mogu dosegnuti veći broj ljudi, ali to nije bilo presudno tako da su se u videima našli poznati članovi JoomBoos ekipe, ali i Filip Dizdar, Ana Mitar i Dean Milekić, na primjer.

Mila dodaje i kako se Vipnet nastoji truditi izaći iz svoje “**zone komfora**”:

Generalno, u ovakvim suradnjama, bitno nam je da influenceri uz koje se vežemo budu autentični i kreativni. Pritom se trudimo van zone komfora. Dobar primjer takvog malo hrabrijeg iskoraka je prošlogodišnja kampanja Nema da nema, za koju smo snimili pjesmu s dečkima iz benda High5 ili pak radili Tinder Takeover s Remi i Kandžijom.





## Inspirirati mlade na stvaranje sadržaja

Sav ovaj govor o YouTubeu postavlja jedno vrlo važno pitanje, a to je odgovornost. Teško da možemo zaustaviti mlade da sve odgovore traže na internetu, ali u isto vrijeme svi oni koji stvaraju YouTube sadržaje ili se bave influencanjem na nekim drugim mrežama moraju razumjeti da mogu **vrlo lako oblikovati mišljenje mladih ljudi**.

YouTube nije mjesto na kojem je sve dopušteno, a YouTube Akademija svakako može učiniti mnogo da mlade potakne na djelovanje, dok god se radi o odgovornom ponašanju sa strane brenda i influencera. **Mila dodaje:**

Ovo je generacija kojoj je sasvim prirodno da, ako nešto ne zna, to izgugla ili pogleda YouTube tutorial o tome. Iako je po svojoj prirodi Vip YouTube Akademija edukativan projekt, mislim da je njezin puno jači impact u tome da mlade inspirira i ohrabri, te im pokaže da uz se uz malo truda i dostupne alate, svatko može početi baviti YouTubeom.

Ako se pitate što je s influencerima i licima YouTube Akademije, Mila kaže kako s licima Akademije Vipnet već i surađuje na drugim projektima, primjerice na **nadolazećem Pannonian Challengeu**:

*Online* priču gradimo uz pomoć lanjskih Snapchat ambasadora, ali i ovogodišnjih prezentera YouTube akademije poput Matee Frajsberger Click4Chic, Matije Lazarevića iz Zakona braće, Ane Mitar koja je u međuvremenu postala jedno od naših zaštitnih lica na Instagram Storyjima, te Leona Vignjevića koji je BMX profesionalac. Svatko od njih na sebi svojstven način prenosit će svoje doživljaje Pannoniana, a „polaznicima“ Vip YouTube Akademije pokazat ćemo kao izgleda rad na terenu, van studija.

Ako se premišljate je li YouTube dobra ideja, Mila vam predlaže da YouTube gledate kao na veliko igralište na kojem možete preuzeti igru i biti svoji. Svima onima koji su željni savjeta predlažemo [gledanje YouTube Akademije](#) ili nekih drugih edukativnih videa, a nadamo se kako ćemo u narednim mjesecima gledati i neke nove YouTube zvijezde koje su **“diplomirale” YouTube Akademiju!**

